

Banfi e LVMH: trattative e retroscena

scritto da Emanuele Fiorio | 30 Settembre 2021



Sarebbe stato un ottimo affare per LVMH, un colosso che sta gradualmente costruendo il suo portafoglio di vini di fascia alta e che non possiede ancora un brand italiano.

Banfi sarebbe stato un colpo perfetto per LVMH: il brand toscano possiede il Castello di Poggio alle Mura, un plus per garantire l'immagine di autenticità e lusso che LVMH ricerca. Inoltre, Banfi ha una vasta tenuta gestita in modo sostenibile – LVMH vuole marchi premium con forti credenziali “green” – e Banfi ha una forte presenza negli Stati Uniti, un mercato dove LVMH sta cercando di far crescere la sua presenza.

In un recente articolo **The Drinks Business** svela i retroscena e le motivazioni per cui l'acquisizione non è mai avvenuta. È il risultato della spinta e della visione di una persona – la presidente di Banfi Cristina Mariani-May, la figlia di John

Mariani, che ha co-fondato il marchio di vini Banfi nel 1978 con suo fratello Harry, dopo l'acquisto della tenuta di Poggio alle Mura a Montalcino, ora chiamata Castello Banfi.

Motivata dal desiderio di mantenere un importante coinvolgimento familiare nell'operazione, che comprende la più grande tenuta in Europa con quasi 3.000 ettari – un terzo dei quali è piantato a vite – **Cristina ha deciso di non vendere Banfi a LVMH.**

All'inizio di quest'anno Cristina Mariani-May ha confermato che ci sono state trattative con LVMH perché c'era la necessità di raccogliere fondi: "LVMH era interessati all'Italia ed io stavo cercando un capitale".

Il motivo per cui Cristina aveva bisogno di soldi è legato alla struttura di Banfi che ha un certo numero di azionisti, con obiettivi diversi: "La proprietà era divisa tra diversi membri della famiglia e alcune persone volevano i loro soldi, questo è il modo in cui le aziende familiari iniziano a sgretolarsi".

LVMH avrebbe potuto fornire i fondi necessari per acquistare le quote dei membri della famiglia che volevano lasciare l'azienda, ma l'operazione avrebbe portato Cristina e la famiglia a perdere il controllo dell'azienda.

"LVMH avrebbe preso una quota di maggioranza e poi avrebbe comprato il resto. Questo non mi andava bene; amo questo business, ho dei figli e voglio che entrino in azienda".

Inoltre **se LVMH avesse acquisito quote di partecipazione in Banfi, il risultato sarebbe stato quello di allontanarla dalla direzione strategica del marchio:** "Non volevo essere solo una figura di riferimento, volevo essere anche una donna d'affari, così ho cercato e trovato un'altra via".

Cristina si è assicurata il sostegno per diventare "il socio di maggioranza" di Banfi, il referente della parte

italiana della produzione di vino (Banfi ha ancora Banfi Vintners che si occupa di importazione di vino negli Stati Uniti e due brand americani: Pacific Rim Riesling dello Stato di Washington e Rainstorm Pinot Noir dell'Oregon).

Questa nuova posizione ha permesso a Mariani-May di concentrarsi più a fondo sulla proprietà italiana, il che ha significato **“più investimenti” sull'hospitality di Castello Banfi e sul ristorante che ha ottenuto una stella Michelin.** Inoltre la proprietà di Montalcino ora ospita un festival jazz a cadenza annuale.

La ragione per concentrarsi sul turismo risiede nel fatto che **Cristina crede nel potere del marketing esperienziale per la costruzione del brand e desidera educare i consumatori.** Inoltre è particolarmente legata a Sanguis Jovis – Alta Scuola del Sangiovese, il primo centro studi permanente sul Sangiovese, progetto che nasce dal desiderio di accrescere e diffondere la cultura del Sangiovese in Italia e nel mondo, attraverso la ricerca scientifica, la comunicazione della conoscenza e l'alta formazione.

Mariani-May ha precisato che “Prima eravamo distratti dalla costruzione di brand terzi, ora siamo più concentrati sul brand Banfi e sulla sua diffusione in tutto il mondo. È molto importante per me che sia rimasto nelle nostre mani”

Confrontando la situazione che si è venuta a creare con quella del collega produttore di Brunello Biondi-Santi, che ha venduto una quota di controllo nel 2017 a EPI, i proprietari dei marchi Charles e Piper-Heidsieck Champagne, Cristina ha detto: “Nonostante la famiglia Biondi-Santi sia ancora nella tenuta, l'azienda è di proprietà di un gruppo di private equity.”

Cristina ha le idee chiare: **“Abbiamo la più grande tenuta in Europa, vogliamo proteggerla.** È un approccio conservativo, ma è giusto per la mia famiglia”.